

Digitale, solo un'impresa su tre si sente preparata. Il direttore Ascom, Fusini: "Serve una svolta culturale"

Il rapporto di ricerca Ascom-Format Research evidenzia come solo il 34% delle imprese del terziario bergamasche si sente digitalizzata. Il 27% ha in programma investimenti nel prossimo biennio per colmare il gap. Lunedì 18 novembre l'Associazione Commercianti dedica una giornata di workshop e approfondimento per sviluppare il negozio 4.0



Oscar Fusini e Roberto Ghidotti

La digitalizzazione continua a rappresentare una sfida primaria per le piccole e medie imprese del commercio, del turismo e dei servizi. Se la trasformazione digitale permette alle imprese più piccole di incrementare la velocità di espansione del loro business e di individuare nuovi mercati, le pmi bergamasche dimostrano ancora di preferire i canali tradizionali. È quanto emerge dalla recente indagine che Ascom Confcommercio Bergamo ha affidato a Format Research per testare il rapporto e la dimestichezza delle imprese del territorio con web, e-commerce, social e app, presentata questa mattina nella sede dell'Associazione.

“Solo un'impresa su tre dichiara di sentirsi digitalizzata- commenta **Oscar Fusini**, direttore Ascom Bergamo- ma essendo un'autovalutazione è considerevole ipotizzare che parte delle imprese sotto-stimi le proprie competenze. A preoccupare è il dato relativo agli investimenti che le imprese intendono sostenere nel prossimo biennio: solo il 27% ha in programma di investire in innovazione e tra il 73% che dichiara di non destinare alcuna risorsa alla digitalizzazione, il 49% motiva di non avvertirne l'importanza per il proprio business”. Un altro dato che stupisce è il ruolo rivestito dall'e-commerce per le imprese del terziario. “La quota percentuale media dei ricavi derivanti dall'attività di e-commerce delle piccole imprese rilevata nel 2018 è pari al 6%, con base minima al di sotto del 2% (è così per il 18% delle imprese) e valore massimo oltre il 10% (per solo il 9% delle aziende)- continua il direttore Ascom-. Segno che le vendite on-line rappresentano un'interessante integrazione per il fatturato delle nostre imprese, ma che evidenzia anche che il commercio tradizionale resta vivace e vitale”.

Il livello di digitalizzazione

Il Rapporto di ricerca, che prende in considerazione un campione rappresentativo di imprese del terziario con dati da aprile a settembre 2019, evidenzia che solo il 34% delle imprese del terziario della provincia di Bergamo si considera “molto” o “abbastanza” digitalizzata. La percezione del livello di digitalizzazione della propria attività è più accentuata presso le imprese più strutturate (oltre 9 addetti) e presso quelle del turismo (49%) e dei servizi (48%).

Il 67% è in possesso di un sito web aziendale e il 58% è presente sui social network.

Isolando le imprese che ne sono in possesso, il 53% ritiene “importante” il sito web aziendale per il proprio modello di business e tre quarti ritengono di averne tratto benefici in termini di visibilità. Elevata la quota di chi ha avuto un riscontro positivo dal punto di vista reputazionale (59%), mentre il 31% ha riscontrato un aumento delle vendite.

Analizzando le imprese del terziario della provincia di Bergamo presenti sui social network, quattro su cinque sono attive su Facebook e lo utilizzano principalmente per comunicare con la clientela (il 65%). È ancora esigua la percentuale di imprese che impiega i social per sviluppare l'immagine dell'impresa e dei suoi prodotti, moltiplicare la possibilità di business (solo il 16%) e raccogliere opinioni (13%).

E-commerce

Alto il potenziale di crescita per il commercio on-line, dato che l'83% delle imprese non svolgono alcuna attività di e-commerce. Il 17% delle imprese del terziario della provincia di Bergamo effettua attività di e-commerce (il 12% tramite il sito web aziendale, il 5% tramite le principali piattaforme). In media, la quota di ricavi derivanti dall'attività di e-commerce è pari al 6% del totale (per il 18% non arriva a coprire il 2% dei ricavi del 2018 e solo per il 9% supera un decimo del giro d'affari dell'anno scorso).

Le imprese meno strutturate si affidano al titolare o esternalizzano la cura delle piattaforme digitali aziendali. Quelle più grandi dispongono di figure apposite nell'organico (a volte di un intero team).

Uno sguardo al futuro

La Rassegna

<https://www.larassegna.it/digitale-solo-unimpresa-su-tre-si-sente-digitalizzata-il-direttore-ascom-fusini-serve-una-svolta-culturale/>

L'indagine mette in luce anche gli investimenti digitali che le imprese hanno in programma per il biennio 2020-2021. Il 27% delle imprese del terziario della provincia di Bergamo ha già in programma un qualche genere di investimento in tecnologie digitali per il prossimo biennio (2020-2021). A voler puntare su web e dintorni sono soprattutto le imprese del turismo (31%), seguite da commercio (27%) e servizi (22%). Nella metà dei casi, gli investimenti in digitale riguarderanno software gestionali (52%) e interventi sul sito web aziendale o legati ai social (51%). Preoccupa il dato che evidenzia che le imprese non intendono investire quando ritengono inutile l'innovazione digitale per il proprio business (è così per ben il 49%) o se non dispongono delle necessarie competenze in azienda (23%). Ben il 20% dichiara di non avere disponibilità finanziaria per gli investimenti e il 18% evidenzia il mancato accesso a finanziamenti nazionali o regionali. fidelizzata. "I finanziamenti in innovazione sono strategici e ci auguriamo siano al centro delle politiche di agevolazione della pubblica amministrazione- ha aggiunto **Roberto Ghidotti**, responsabile Territorio e Distretti Ascom Confcommercio Bergamo-. Siamo in attesa dei prossimi bandi regionali per i distretti per lo sviluppo del negozio 4.0. Ma il processo di trasformazione tecnologica deve coinvolgere anche le scelte di politiche amministrative dei singoli comuni del territorio".